

**ANALISIS SPASIAL PEMASARAN HASIL INDUSTRI
GENTENG DI DESA KEDUNGHARJO KECAMATAN
MANTINGAN KABUPATEN NGAWI**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
pada Jurusan Geografi Fakultas Geografi**

Oleh :

FERA KAVITASARI
E100140118

**PROGRAM STUDI GEOGRAFI
FAKULTAS GEOGRAFI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS SPASIAL PEMASARAN HASIL INDUSTRI GENTENG DI
DESA KEDUNGHARJO KECAMATAN MANTINGAN KABUPATEN
NGAWI**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

FERA KAVITASARI

E100140118

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Priyono', with a horizontal line underneath it.

Drs. Priyono, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS SPASIAL PEMASARAN HASIL INDUSTRI GENTENG DI DESA KEDUNGHARJO KECAMATAN MANTINGAN KABUPATEN NGAWI

OLEH

FERA KAVITASARI

E100140118

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Geografi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari *Rabu, 13 Februari 2019*
dan dinyatakan memenuhi syarat.

Dewan Penguji

1. Drs. Priyono M. Si.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dra. Umrotun M. Si.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Dahroni M. Si.
(Anggota II Dewan Penguji)


(.....)

(.....)

(.....)



Drs. Yuli Priyana M.Si.

Nik. 573

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuansaya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 16 Februari 2018

Penulis



FERA KAVITASARI
E100140118

ANALISIS SPASIAL PEMASARAN HASIL INDUSTRI GENTENG DI DESA KEDUNGHARJO KECAMATAN MANTINGAN KABUPATEN NGAWI

Abstrak

Interaksi spasial yang terjadi di Desa Kedungharjo dengan wilayah di sekitarnya disebabkan karena adanya industri genteng yang terdapat di Desa Kedungharjo. Akibat adanya industri secara otomatis mempengaruhi wilayah yang ada di sekitarnya. Interaksi spasial yang terjadi yang disebabkan karena adanya industri genteng yang ada di Desa Kedungharjo antara lain : interaksi pemasaran dan interaksi keterkaitan bahan baku untuk memproduksi genteng tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sebaran pemasaran genteng di Desa Kedungharjo, Mantingan, Ngawi di tahun 2017, dan menganalisis interaksi spasial pemasaran genteng di Desa Kedungharjo dan sekitarnya. Dalam penelitian analisis interaksi spasial pemasaran hasil industri genteng di Desa Kedungharjo, penelitian ini menggunakan metode sensus dan pengambilan data dengan cara melakukan wawancara di Desa Kedungharjo dengan jumlah 44 unit industri genteng, sedangkan pendekatan geografi yang diterapkan pada penelitian ini berupa pendekatan keruangan dengan tema analisis interaksi keruangan. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan persebaran pemasaran hasil industri genteng tersebar ke berbagai wilayah antara lain: Kabupaten Ngawi, Kabupaten Magetan, Kabupaten Sragen dan Kabupaten Karanganyar. Sedangkan hasil analisis interaksi spasial industri genteng dengan wilayah yang ada di sekitarnya berupa semakin eratnya hubungan keterkaitan wilayah yang terjalin di Desa Kedungharjo, dalam hal ini menyangkut pemasaran hasil produksi dan sumber bahan baku pembuatan genteng di Desa Kedungharjo.

Kata Kunci : Analisis Interaksi Spasial Pemasaran Industri Genteng. Desa Kedungharjo

Abstract

The spatial interactions that occur in Kedungharjo Village and the surrounding area are caused by the presence of tile industry in Kedungharjo Village. The impact of the industry automatically affects the area around it. The spatial interactions that occur due to the presence of tile industries in Kedungharjo Village include: marketing interactions and the interaction of raw material links to produce these tiles. This study aims to analyze the distribution of tile marketing in Kedungharjo Village, Mantingan, Ngawi in 2017, and analyze the spatial interaction of tile marketing in Kedungharjo Village and its surroundings. In a study of spatial interaction analysis of the results of tile industry in Kedungharjo Village, this study used the census method and data retrieval by conducting interviews in Kedungharjo Village with 44 tile units, while the geographic approach applied in this study was a spatial approach with the theme of interaction analysis room. The results of the research that have been carried out

show that the marketing distribution of the roof tile industry is spread to various regions, including: Ngawi Regency, Magetan Regency, Sragen Regency and Karanganyar Regency. While the results of the analysis of the spatial interaction of the tile industry with the area around it in the form of increasingly close linkages between the regions established in Kedungharjo Village, in this case concerns the marketing of production and sources of raw materials for tile manufacturing in Kedungharjo Village.

Keywords : Spatial Interaction Analysis Marketing of Tile Industry. Kedungharjo Village.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi sumber daya alam (SDA) yang melimpah. Namun pada setiap wilayah di Indonesia memiliki SDA yang berbeda-beda. Adanya perbedaan potensi sumber daya alam pada satu wilayah dengan wilayah lainnya akan berakibat pada munculnya keberagaman industri di Indonesia. Perbedaan SDA dihasilkan pada tiap wilayah akan mempengaruhi adanya interaksi antara satu wilayah dengan wilayah disekitarnya. Adanya interaksi spasial tersebut maka tuntutan kebutuhan hidup pada tiap wilayah akan terpenuhi.

Kecamatan Mantingan mempunyai potensi SDA yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai jenis produk yang dapat dipasarkan. Kecamatan Mantingan merupakan daerah yang pendapatannya dari sektor industri kecil.

Desa Kedungharjo, Kecamatan Mantingan, Kabupaten Ngawi memiliki potensi SDA berupa tanah liat yang dapat dikembangkan menjadi bahan-bahan semacam gerabah, genteng, batu bata atau produk lainnya yang dapat memberikan nilai jual yang lebih tinggi. Secara keseluruhan industri kecil yang memanfaatkan potensi SDA dan berkembang di Desa Kedungharjo merupakan industri pengolahan yang berbahan baku tanah liat, hal ini dikarenakan daerah tersebut berada di dataran alluvial. Berikut informasi jumlah industri kecil berdasarkan jenisnya di Desa Kedungharjo tersaji pada Tabel 1 di bawah.

Tabel 1. Jumlah Industri Kecil di Desa Kedungharjo, Kecamatan Mantingan, Kabupaten Ngawi Tahun 2018.

No.	Jenis Industri	Unit Usaha	Tenaga Kerja
1.	Industri Genteng	44	88
2.	Industri Batubata	19	38
3.	Industri Pengolahan Lainnya	2	4
Jumlah		65	130

Sumber: Peneliti, 2018

Banyaknya unit usaha industri genteng tentu sangat menarik untuk dianalisis, terutama pada kajian pemasaran produk yang dihasilkan oleh industri tersebut. Upaya pemasaran merupakan langkah akhir dalam aktifitas industri untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Timbulnya berbagai persaingan dengan pengusaha genteng lokal maupun interlokal dalam hal pemasaran produk terkadang menjadi permasalahan tersendiri bagi keberlangsungan industri genteng di Desa Kedungharjo. Selain itu, persaingan pemasaran juga terjadi dengan pengusaha genteng berbahan metal, asbes, plastik sampai dengan beton.

Adanya persaingan yang cukup ketat dalam hal pemasaran genteng tersebut, peneliti berfikir sangat menarik untuk diadakannya penelitian tentang pemasaran produk yang terjadi dalam aktifitas industri genteng di Desa Kedungharjo, Mantingan, Ngawi. Oleh karena itu peneliti mengajukan penelitian dengan judul “ANALISIS SPASIAL PEMASARAN HASIL INDUSTRI GENTENG DI DESA KEDUNGHARJO KECAMATAN MANTINGAN KABUPATEN NGAWI”.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif berdasarkan pendekatan keruangan. Deskriptif kualitatif yang dimaksud adalah peneliti mencoba menyampaikan hasil penelitian berdasarkan deskripsi kalimat dan diperkuat dengan data hasil pengukuran lapangan berupa peta sebaran pemasaran dan data jumlah produk yang dipasarkan kesuatu daerah di daerah penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Persebaran Pemasaran Industri Genteng di Desa Kedungharjo

Hasil penelitian persebaran pemasaran industri genteng di Desa Kedungharjo, setiap industri mempunyai lokasi pemasaran yang berbeda satu dengan yang lainnya, tidak hanya itu namun juga data pemasaran industri genteng yang menyangkut jumlah tenaga kerja dan kualitas maupun kuantitasnya.

3.2 Lokasi persebaran pemasaran industri genteng

Persebaran pemasaran industri genteng di Desa Kedungharjo, setelah dilakukan penelitian Desa Kedungharjo memiliki 44 industri genteng yang masih berjalan dan dalam pemasaran hasil produksi dari industri genteng dipasarkan ke berbagai daerah antara lain : Desa Mantingan, Pakah, Sambirejo, Walikukun, dll. Pemasaran hasil industri genteng, tidak hanya dipasarkan dalam satu kota saja, namun ke kota lain bahkan sampai Provinsi Jawa Tengah. Maka dapat dikatakan bahwa industri pemasaran genteng di Desa Kedungharjo memang sudah dikenal di berbagai daerah pemasaran dan sudah memiliki pelanggan. Lokasi pemasaran persebaran industri genteng dapat dilihat pada tabel 2 lokasi persebaran pemasaran industri genteng dalam dua bulan terakhir.

Tabel 2. Lokasi Persebaran Pemasaran Industri Genteng.

Pemasaran	Frekuensi	Presentse
SatuKab/Kota	105	68,4%
LuarKab	19	12,4%
LuarProv	29	19,2 %
Jumlah	153	100%

Sumber : Penulis, 2018

Tabel 2 Lokasi Persebaran Pemasaran Industri Genteng Desa Kedungharjo, persentase pemasaran genteng paling banyak di pasarkan kedalam satu kabupaten, yang berarti dipasarkan ke beberapa kecamatan dan beberapa desa yang ada di Kabupaten Ngawi, dengan presentase 68,4 %. Kemudian dipasarkan ke Jawa Tengah sebesar 19,2%, dan dipasarkan ke Kabupaten Magetan sebesar 12,4%, pemasaran genteng yang terdapat di Desa Kedungharjo yang terbanyak dipasarkan

dalam satu kota, namun tidak sedikit juga yang dikirim ke luar kota/ luar kabupaten.

Perbandingan jumlah presentase barang yang dikirim pada suatu daerah tidak lepas dengan jarak pemasaran, karena jarak pemasaran dari konsumen dengan produsen yang relatif dekat maupun jauh, dapat mempengaruhi jumlah biaya jasa pengiriman barang (jasa transportasi). Selain jarak produsen dengan konsumen, aksesibilitas yang baik juga mempengaruhi pemasaran. Dimana kondisi aksesibilitas yang baik maka kemudahan dan waktu pemasaran barang dari produsen sampai ketangan konsumen akan semakin cepat. Hal inilah yang mendasari kenapa jumlah pemasaran barang pada satu kabupaten lebih banyak daripada pemasaran luar kabupaten. Selain beberapa faktor di atas, kenapa frekuensi pengiriman dalam satu kota/kabupaten lebih banyak bila dibandingkan dengan pengiriman luar kota, maka peneliti berasumsi bahwa setiap daerah memiliki atau sudah menjadi pelanggan dari pemasok genteng. Tidak terkecuali dengan Desa Kedungharjo sendiri.

3.3 Kapasitas Tenaga Yang Dibutuhkan Dalam Produksi Genteng Di Desa Kedungharjo Dalam Satu Bulan

Frekuensi genteng yang dikirim ke berbagai daerah tidak lepas dengan jumlah tenaga kerja yang dapat menghasilkan genteng. Dari hasil survei yang telah dilakukan pada penelitian persebaran pemasaran industri genteng di Desa Kedungharjo jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi genteng rata-rata 2 orang, dan hasil produksi yang dihasilkan perharinya juga berbeda. Dapat dilihat pada tabel 3 jumlah tenaga kerja untuk memproduksi genteng perhari.

Tabel 3. Kapasitas Industri Untuk Memproduksi Genteng Perbulan di Desa Kedungharjo

Jumlah produksi (buah/bulan)	Jumlah	Persentase
1000-3000	0	0
4000-6000	12	27
7000-9000	24	55
1000-12.000	8	18
Jumlah	44	100

Sumber: penulis, 2018.

Kapasitas produksi pengusaha terbesar sekitar 10.000 – 12.000 buah per bulan. Besarnya kapasitas produksi per hari tergantung musim dan tenaga kerja yang hadir setiap proses produksi. Kapasitas produksi industri genteng di Kecamatan Mantingan sangat dipengaruhi oleh perubahan musim yang terjadi di Indonesia, yaitu musim penghujan dan kemarau. Pengaruh tersebut dapat berpengaruh terhadap kuantitas, kualitas dan permintaan pasar.

Tabel 3 di atas menjelaskan bahwa jumlah tenaga kerja untuk memproduksi genteng rata-rata berjumlah 2 orang sudah cukup. Dari hasil survei jumlah tenaga 2 orang hanya dilakukan oleh anggota keluarga yakni suami dan istri, adapun yang jumlah tenaga kerja 3 orang dibantu dengan anak mereka. Dalam memproduksi genteng perharinya mereka dapat memproduksi 100-150 perhari untuk satu tenaga kerja. Apabila dalam satu bulan maka rata-rata mencapai 3000 genteng yang diproduksi. Namun apabila yang bekerja dalam satu industri genteng 2-3 orang maka dalam satu bulan rata-rata produksi genteng yang dihasilkan mencapai 7.000-10.000 setiap bulannya. Dari hasil survei yang telah dilakukan bahwa dalam memproduksi genteng, maka tidak lepas dengan waktu pembuatan. Waktu tenaga kerja untuk membuat genteng perharinya lebih dari 9 jam kerja. Selain itu banyaknya jumlah industri genteng di Desa Kedungharjo pada dasarnya adalah industri warisan dari orang tua mereka. Dari wawancara yang telah dilakukan bahwa industri yang berdiri hingga sekarang sudah berumur lebih dari 20 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa pada saat ini waktu lama berdirinya sebuah industri genteng sangat mempengaruhi kelangsungan pada industri tersebut, kelangsungan industri genteng disini menyangkut pada semakin banyak pelanggan dari waktu-kewaktu yang dimiliki industri genteng tersebut.

3.4 Interaksi Spasial Pemasaran Genteng di Desa Kedungharjo dan Sekitarnya

Interaksi spasial adalah suatu hubungan timbal balik antara wilayah satu dengan lainnya, atau dapat dikatakan sebagai cara mengelola ruang-ruang berdasarkan potensi dan permasalahannya dan keterkaitan suatu ruang dengan ruang-ruang disekitarnya.

Desa Kedungharjo merupakan desa industri penghasil genteng yang berada di Kecamatan Mantingan, setelah dilakukan penelitian, peneliti menemukan bagaimana interaksi spasial pemasaran genteng di Desa Kedungharjo dan sekitarnya. Adapun beberapa hal yang terkait dengan interaksi spasial pemasaran genteng yang ada di Desa Kedungharjo antara lain: 1) Persentase pemasaran genteng dan berapa produk yang letak dikirim ke wilayah tersebut, 2) asal bahan baku pembuatan genteng. Berikut adalah penjabarannya :

Persentase Pemasaran Genteng Pada Setiap Daerah

Pemasaran hasil produksi haruslah dikelola oleh orang-orang yang tepat agar hasil produksi dapat terjual untuk mendapatkan keuntungan / profit yang diharapkan sebagai pemasukan untuk pembiayaan kegiatan produksi berikutnya, memperluas pangsa pasar, memberikan *dividen* kepada pemegang saham, membayar pegawai karyawan, buruh dan lain-lain. Menurut J. Stanton yang dikutip oleh Dharmesta dan Irawan (2005) mengemukakan pemasaran sebagai bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Maka dalam penelitian analisis interaksi spasial industri genteng di Desa Kedungharjo terdapat beberapa daerah pemasaran dan kuantitas produk yang telah dikirim di daerah tersebut. Berikut adalah tabel 4 pemasaran produk hasil industri genteng

Tabel 4. Pemasaran Produk Hasil Industri Genteng

Variabel	Lokasi Desa Pemasaran	Frekuensi Pengiriman Pada 2 Bulan Terakhir.	Persentase
Persebaran Industri Genteng	Desa Mantingan	6	3,92
	Desa Pakah	4	2,6%
	Desa Ketanggi	6	3,9%
	Desa Banyuurip	6	3,9%
	Desa Sidorejo	6	3,9%
	Desa Patulan	4	2,6%
	Desa Simo	7	4,6%
	Desa Dampik	5	2,3%
	Desa Lego wetan	4	2,7%
	Desa Keraswetan	6	3,9%
	Desa Widoduren	8	5,2%
	Desa Pandean	14	9,1%
	Desa Karanganyar	7	4,6%
	Desa Sine	11	7,1%

Variabel	LokasiDesaPemasaran	FrekuensiPengirimanPada 2 BulanTerakhir.	Persentase
	DesaKauman	11	7,1%
	Karangayar, Jawa Tengah	8	5,2%
	KabupatenSragen, Jateng	21	14%
	KabupatenMagetan, Jatim	19	12,4%
Jumlah	18 Daerah	153	100%

Sumber penulis, 2018

Tabel 4 Lokasi Persebaran Pemasaran Industri Genteng Desa Kedungharjo, persentase pemasaran gentengsatukabupaten paling banyak di pasarkan Ke Desa Pandean, Kecamatan Karanganyar Kabupaten Ngawi sebesar 14 %, kemudian dipasarkan ke Jawa Tengah sebesar 19,2%, dan dipasarkan ke Kabupaten Magetan sebesar 12%, pemasaran genteng yang terdapat di Desa Kedungharjo kebanyakan dipasarkan dalam satu kota, namun tidak sedikit juga yang dikirim ke luar kota/ luar kabupaten. Maka, pemasaran industri genteng di Desa Kedungharjo tidak hanya pada lingkup kecamatan saja, bahkan sampai lingkup kabupaten bahkan sampai provinsi.

Banyaknya permintaan akan genteng dari Desa Kedungharjo disebabkan adanya kuantitas produksi yang dihasilkan itu sendiri. Dalam satu hari industri genteng di Desa Kedungharjo, satu orang mampu memproduksi 100-150 genteng per hari. Maka apabila diproduksi dalam satu bulan maka bisa mencapai 1000-7000 genteng setiap bulan. Persentasi jumlah persebaran pemasaran industri genteng di Desa Kedungharjo paling banyak di pasarkan dalam satu kabupaten. Hal ini dikarenakan adanya jarak serta aksesibilitas yang baik. Karena dalam suatu proses pemasaran barang dari produsen sampai konsumen tidak lepas dari jarak dan aksesibilitas yang baik, dengan jarak yang relatif dekat serta aksesibilitas yang baik akan mengurangi biaya transportasi untuk pengiriman genteng dari tangan produsen sampai tangan konsumen.

3.5 Asal Bahan Baku Pembuatan Genteng

Bahan baku merupakan bahan utama dalam pembuatan suatu produk, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan bahan baku adalah tanah. Dalam pembuatan genteng, tanah yang digunakan tanah yang bertesktur lempung atau tanah

lempung. Untuk mendapatkan jenis tanah tersebut maka para pemilik industri genteng mendapatkan pada daerah alluvial dan tanah alluvial terdapat pada daerah aliran sungai. Berikut adalah tabel 5 asal bahan baku pembuatan genteng yang ada di Desa Kedungharjo.

Tabel 5. Asal Bahan Baku Pembuatan Genteng

Asal Bahan Baku	Frekuensi		Presentas Musim Hujan	Presentase Musim Kemarau
	Musim Hujan	Musim Kemarau		
Satu Desa	29	36	64,64%	81,81%
Luar Desa	16	8	36,36%	18,18%
Jumlah	44	44	100%	100%

Sumber: Penulis, 2018.

Tabel 5 asal bahan baku pembuatan genteng di atas menunjukkan bahwa ada keterkaitan ruang satu dengan yang lain. Yang dimaksud ruang disini adalah wilayah satu dengan wilayah yang lain. Dari data di atas menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam mencari bahan baku, antara bahan baku dalam satu desa dengan luar desa. Dalam perbedaan lokasi yang dijadikan sumber bahan baku hal ini terkait pada musim yang sedang terjadi. Pada musim penghujan tingkat pengambilan bahan baku dalam satu desa hanya 29 industri dengan 64,64%, untuk pengambilan bahan baku di luar desa sebanyak 16 industri dengan 36,36%. Namun perbedaan cukup signifikan pada musim kemarau, dalam pencarian lokasi bahan baku dalam satu desa sebanyak 81,81% dan di luar desa sebanyak 18,18%.

Perbedaan ini terjadi karena dalam mencari bahan baku khususnya tanah liat/lempung maka harus mencari di daerah aliran sungai, perubahan musim sangat mempengaruhi dalam proses mendapatkan bahan baku tersebut, karena pada musim hujan daerah aliran sungai yang biasa dijadikan lokasi sumber bahan baku tergenang oleh air, maka terpaksa harus mencari bahan baku di desa yang lain. Akan tetapi dalam mencari bahan baku tanah liat untuk pembuatan genteng ke daerah atau desa lain mereka harus membeli bahan baku tersebut kepada pemilik lahan yang tanahnya di ambil dan digunakan untuk pembuatan genteng seharga Rp. 20.000 untuk setiap satu 1 m³ tanah liat.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sasaran pemasaran industri genteng di Desa Kedungharjo memiliki beberapa lokasi pemasaran antara lain: Dalam Satu Kabupaten (Kecamatan Sine, Kecamatan Ngawi, Kecamatan Mantingan, Kecamatan Widodaren, Kecamatan Bringin, Kecamatan Kendal). Luar Kabupaten (Kecamatan Kewedanan dan Kecamatan Megetan). Antar Provinsi (Kecamatan Sragen dan Kecamatan Karanganyar)
2. Interaksi yang spasial yang terkait dengan industri genteng di Desa Kedungharjo antara lain : interaksi spasial pemasaran dan interaksi spasial bahan baku. Interaksi spasial pemasaran adalah keterkaitan antara wilayah satu dengan yang lain dari segi proses pemasaran. Sedangkan interaksi spasial bahan baku adalah keterkaitan ketersediaan bahan baku untuk memproduksi genteng di Desa Kedungharjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi sosial yang berujung pada kerjasama di anggap sangat penting dalam sebuah penyelenggaraan pemerintahan desa karena dengan adanya kerjasama maka rencana ataupun program pasti akan berhasil. Segala macam interaksi dapat di kembalikan pada kerjasama, baik itu interaksi antara individu dan individu, antara individu dengan kelompok maupun antara kelompok dan kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Fauzan. 2002. *Studi Tentang Industri Mebel di Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar Tahun 2000*. Skripsi. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aryani, Esti Erma. (2014) “*Analisis Usaha Industri Anyaman Bambu di Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo Tahun 2013*”. Skripsi. Surakarta: Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bintarto. (1977) “*Buku Penuntun Geografi-Sosial*”. Yogyakarta : U.P Spring
- Boyd, Harper W. (2000) “*Manajemen Pemasaran*” Edisi Kedua Jakarta Erlangga.

- Effendi, Sofian dan Tukiran. (ed.) (2012) "Metode Penelitian Survei". Jakarta : LP3ES
- Hadi, Partoso. 2009. Keterampilan Spasial dalam partosohadi.staff.fkip.uns.ac.id
- Irawati, Astri. (2016) "*Analisis Spasial Perkembangan Ekonomi Wilayah Kabupaten Sukoharjo Tahun 2008-2014*". Skripsi. Surakarta: Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mantra, Ida Bagus. 1985. Pengantar Studi Geografi. Yogyakarta : Nurcahaya
- Moleong Lexi, J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Rosdakarya
- Nasucha, H Yakub, dkk. (2015) "*Bahasa Indonesia Untuk Penulisan Karya Tulis Ilmiah*". Yogyakarta : Media Perkasa
- Qoeriyah, Siti. (2018) "*Analisis Keberlangsungan Usaha Industri Genteng Di Kecamatan Jaten, Kabupaten Karanganyar Tahun 2017*". Skripsi. Surakarta: Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Suhelmi Ifan, dkk (2014). "*Potential Economic Losses Due to Tidal Inundation and Flood at Semarang City*". Forum Geografi Vol.28 No.2 Desember 2014: 113-118
- Tambunan, Tulus. (1999) "*Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*". Jakarta: Seelemba empat
- Tika, Pabundu Moh. (2005) "*Metode Penelitian geografi*". Jakarta : Bumi Aksara
- Widiastuti, R dkk. (2011) "*Kajian Stratejiek Kelola Usaha Pada Industri Kecil*". Forum Penelitian Vol.5 No.1 2011 Hal 1-11
- Wulandari, O. 2000. *Pola Pertumbuhan Industri di Kabupaten Klaten dan Faktorfaktor yang Mempengaruhi*. Skripsi. Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mad
- Yunus, Hadi Sabari. (2010) "*Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*". Yogyakarta : Pustaka Pelajar